

## ***Опарінова Валерія Андріївна***

студентка 3 курсу факультету підготовки слідчих  
Національного університету «Одеська юридична академія»

### **ФРАНЧАЙЗИНГ: ІСТОРІЯ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ**

Франчайзинг як сучасна форма бізнес-відносин має давню історію. На початку свого формування даний термін використовувався як привілеція, яка видавалася монархами. З розвитком ринкових відносин та надання послуг пов'язаний наступний етап становлення франчайзингу в світі, який передбачав створення законів, які регулювали реєстрацію товарних знаків, а також їх використання. З того часу власник зареєстрованого товарного знаку має монопольне право на нього та захисту своїх прав в судовому порядку у випадку неправомірного використання даного торгового знаку. Відповідні закони були прийняті у Великобританії (1875 р.), Японії (1888 р.) та Німеччині (1894 р.). Вказаного етап завершився підписанням Мадридської Угоди про міжнародну реєстрацію знаків, яку потім було виправлено та доповнено Протоколом. Дана угода ратифікована Україною [1].

Думки вчених сходяться у тому, що першою компанією, сформованою за системою франчайзингу була «Singer Sewing machine company», яка займалася виготовленням швейних машин. Єдина на той момент система франчайзингу у світі змогла забезпечити ринок масовим випуском швейних машин, а завдяки конкурентоспроможним цінам та великому товарообігу фірми почали продавати та обслуговувати обладнання для машин Зінгер.

У 60-70 роки минулого століття відбувся інтенсивний розвиток франчайзингового бізнесу, прикладом якого є історія мережі закладів швидкого харчування McDonald's, які на сьогодні розповсюджені по всьому світу. Однак, у той самий проміжок часу з'явилася велика кількість липових франшиз, внаслідок чого розорилася велика кількість підприємців. Дана ситуація призвела до створення Міжнародної асоціації франчайзингу та Європейської асоціації франчайзингу.

В системі ринкової економіки франчайзинг є однією з форм та методів розвитку малого та середнього бізнесу. У цілому франчайзинг як складова економіки України перебуває на етапі розвитку, тому що до останнього часу він стримувався відсутністю достатнього обсягу інформації зацікавлених підприємців. Проте сьогодні франчайзинг зростає стрімкими темпами, роблячи значний внесок у розвиток підприємництва та створення нових робочих місць [2, с. 76].

Згідно з дослідженнями компанії Poster франшизу на території України пропонують більше 550 компаній, а переважну більшість з них

складають добре відомі бренди. На ринку франшиз щороку з'являється велика кількість нових пропозицій у різноманітних сферах, що дає змогу зробити висновок про включення франшиз до перспективних напрямів бізнесу в Україні на теперішній час.

Розглядаючи дану тему неможливо уникнути питання її правового регулювання в Україні. Особливістю є відсутність франчайзингу як законодавчої категорії. Однак, франчайзингові правовідносини регулюються Цивільним та Господарським кодексами, в яких замість вказаного вище терміну використовується термін «комерційна концесія». Згідно зі ст. 1115 ЦКУ за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [3].

Проте в Розпорядженні КМУ «Про затвердження плану заходів з виконання у 2012 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 31.05.2012 р. в пункті 12 було згадане дане поняття [4].

Варто також відмітити, що з 2001 року в законодавчій базі знаходиться проект Закону України «Про франчайзинг», у якому міститься визначення франчайзингу як підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правоволоділець) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Сторонами в договорі франчайзингу можуть бути фізичні особи-підприємці та юридичні особи. Відповідно до ЦКУ даний договір укладається у письмовій формі, недотримання її передбачає визнання такого договору нікчемним [3].

В договорі франшизи варто звернути увагу і на такі терміни:

Роялті — періодичні платежі, вироблювані франчайзі за використання об'єктів інтелектуальної власності і операційних систем ведення бізнесу, належних франчайзеру. Зазвичай розраховується як відсоток від валових продажів, але може також мати форму виплат фіксованими сумами.

Пакет франшизи — весь комплекс послуг і умов (і відповідних ним документів), запропонованих франчайзером що діє або потенційному франчайзі. Також слід розділити суміжні поняття: «вартість франшизи» і «необхідні капіталовкладення», які змішують або сприймають як ідентичні.

Вартість франшизи — це неперворотний первинний (паушальний) внесок за право працювати під певною торгівельною маркою.

А капітал, необхідний для запуску бізнесу, — це засоби, необхідні для оренди (покупки), ремонту приміщення, закупівлі устаткування, оформлення, закупівлі товарів і іншого, найму персоналу, оплати його роботи деякий час і вартості самої франшизи.

Підсумовуючи вважаю необхідним зазначити переваги та недоліки даного договору. Отже, перевагами є:

- Впізнанність торгівельної марки, яку вони беруть в оренду.
- Висока швидкість розкручування свого бізнесу.
- Навчання працівників
- Підтримка і консультації.
- На рекламну компанію і атрибутику в разі використання франшизи ви також витратите на порядок менше.
- Підтримка реклами. Багато власників товарного знаку, зацікавлених в тому, щоб бізнес розвивався, можуть розмістити рекламу навіть на телеканалах.
- Ваш бізнес відразу отримає чітке територіальне розмежування, що зазначається у договорі. Як тільки ви отримуєте ліцензію, ви можете вести і розвивати свій бізнес на обумовленій території. Загроза конкурентів, що володіють тією ж франшизою, що і у вас, знімається автоматично.

До мінусів укладання договору відносять вартість франчайзингу та жорсткі вимоги до іншої сторони

На даний момент на території Одеси працюють такі франчайзинги: McDonald's, Булочная № 1, Львівські круасани, Чашка, MANGO, Columbia, KIMS і т.д.

### ***Список використаних джерел***

1. Цивільний кодекс України — Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № № 40-44, ст. 1115.
2. «Про затвердження плану заходів з виконання у 2012 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні»: Розпорядження КМУ від 31.05.2012 р. № 331-р.
3. Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14.04.1891 р.
4. Бедринець М. Франчайзинг: Світовий досвід і перспективи розвитку в Україні // Фінанси України. — 2001, № 2, с. 125

***Ключові слова:*** франчайзинг, роялті, пакет франшизи, вартість франшизи.

*Науковий керівник: к.ю.н., доцент Вороніна Н. В.*